

**ANALISIS FAKTOR PERTIMBANGAN PEMILIHAN LOKASI USAHA  
(Kasus Pada Usaha Jasa Fotocopy, Penyiapan Dokumen dan Jasa Khusus  
Penunjang Kantor Lainnya Di Lingkungan Kampus Universitas Riau  
Pekanbaru)**

**Firman Mulyadi<sup>1</sup> & Sri Zuliarni<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS RIAU**

***Abstract***

The purpose of this study was to analyze the factors considered in the selection of sites within the campus of the University of Riau Pekanbaru. The research concludes that the result of research conducted to entrepreneurs photocopy services, document preparation and specialized services supporting other offices on campus at the University of Riau Pekanbaru access factors, visibility, traffic (traffic), parking lot, and competitive environment of significant value.

Keywords: business location, business copy services, campus environment.

**PENDAHULUAN**

**Latar Belakang Masalah**

Perkembangan kehidupan pada manusia akan selalu diikuti pula dengan perkembangan kebutuhannya, pilihan ini ada pada untuk bekerja kepada orang lain atau membuka usaha sendiri. Tingkat pendidikan masih menjadi prioritas utama dalam mendapatkan sebuah

pekerjaan, namun kenyataannya saat ini pendidikan yang tinggi hanya bisa dijangkau oleh orang yang dikategorikan mampu saja. Oleh karena itu, mendirikan sebuah usaha merupakan salah satu alternatif yang tepat untuk mengurangi pengangguran dan mengatasi

persoalan ekonomi, dan tentunya mendirikan sebuah usaha tidak terdapat syarat harus memiliki pendidikan yang tinggi.

Pemilihan lokasi berarti menghindari sebanyak mungkin seluruh segi-segi negatif dan mendapatkan lokasi dengan paling banyak faktor-faktor positif. Penentuan lokasi yang tepat akan meminimumkan biaya investasi dan operasional jangka pendek maupun jangka panjang, dan ini akan meningkatkan daya saing perusahaan (Handoko, 2000).

Lokasi merupakan salah satu faktor penting bagi perusahaan karena dapat mempengaruhi perkembangan dan kelangsungan hidup perusahaan. Kesalahan dalam pemilihan lokasi juga dapat mengakibatkan tingginya biaya transportasi, kekurangan tenaga kerja, kehilangan kesempatan dalam bersaing, tidak cukupnya bahan baku yang tersedia, atau hal-hal serupa yang mengganggu kelancaran operasi perusahaan yang pada akhirnya dapat mengakibatkan rendahnya pendapatan operasi. (Herjanto, 2008).

Keberadaan kampus Universitas Riau sangatlah strategis dalam mendirikan usaha, karna dapat dilihat dari banyaknya mahasiswa yang kuliah di kampus tersebut maka dengan sendirinya terciptanya lahan bisnis. Kawasan yang biasanya yang selalu ramai setiap harinya ini berpeluang untuk membuka berbagai macam kegiatan bisnis untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa itu sendiri.

Ketertarikan melakukan penelitian di lingkungan kampus Universitas Riau ini merupakan salah

satu universitas negeri yang terbesar diluar pulau jawa. Setiap tahunnya kampus Universitas Riau menjadi tujuan untuk melanjutkan kejenjang pendidikan setelah Sekolah Menengah Atas.

Berikut persebaran usaha Jasa Fotocopy, Penyiapan Dokumen dan Jasa Khusus Penunjang Kantor Lainnya yang berada di lingkungan kampus UR :

**Tabel 1**  
**Persebaran Usaha Fotocopy di**  
**Lingkungan Kampus Universitas**  
**Riau Pekanbaru**

NO	Lokasi	Jumlah Usaha
1	Jalan Mukhtar Lutfhi	2
2	Jalan Bina Krida	22
3	Jalan Manyar Sakti	6
4	Jalan Balam Sakti	1
5	Jalan Bangau Sakti	8
6	Jalan Bina Widya	1
7	Dalam Kampus Universitas Riau	15
	Total	55

**Sumber : Data Olahan, 2014**

Berdasarkan tabel I.1 dapat dilihat usaha ini cukup banyak di lingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru. Memang usaha jasa yang didirikan di lingkungan kampus Universitas Riau beragam, tetapi usaha jasa fotocopy tentu menjadi usaha yang memiliki potensi yang cukup besar untuk mendapatkan

keuntungan, dilihat dari kebutuhan mahasiswa dalam melakukan aktivitas perkuliahan yang tidak akan jauh dari usaha fotocopy tersebut.

Pengambilan data di atas berdasarkan Peraturan Kepala Badan Pusat Statistik nomor 57 tahun 2009 tentang Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) cetakan kedua mengenai jasa fotocopy, penyiapan dokumen dan jasa khusus penunjang kantor lainnya Sedangkan kriteria lingkungan kampus yang dipilih adalah seluruh wilayah yang memiliki jalan masuk langsung ke dalam kampus dan wilayah yang memiliki pemukiman mahasiswa yang padat.

Faktor-faktor pemilihan lokasi perlu dipertimbangkan oleh pemilik bisnis dalam menentukan lokasi usahanya, karena lokasi usaha tersebut dapat dijadikan sebagai salah satu strategis bisnis. Memilih lokasi usaha yang dekat dengan target pasar merupakan salah satu strategi bisnis selain itu juga memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa fotocopy yang diberikan. Selain kedekatan dengan target pasarnya, ketersediaan infrastruktur yang memadai juga perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha.

Bagi bisnis fotocopy, lokasi yang strategis sering kali lebih penting dari pada faktor-faktor yang lain. Hal ini berarti, bahwa pengusaha rela membayar biaya yang lebih besar untuk mendapatkan lokasi yang bagus dengan mengharapkan pendapatan laba yang besar sebagai akibat pemilihan lokasi yang tepat. Hal ini juga terjadi pada bisnis jasa fotocopy, penyiapan dokumen dan jasa khusus penunjang kantor lainnya

di lingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru. Para pengusaha tidak peduli dengan harga sewa yang mahal karena dekat dengan kampus Universitas Riau Pekanbaru.

Dari apa yang di uraikan diatas tersebut, cukup menjadi alasan dasar dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dengan judul :**“Analisis Pertimbangan Pemilihan Lokasi Usaha ( Kasus Pada Usaha Jasa Fotocopy, Penyiapan Dokumen dan Jasa Khusus Penunjang Kantor lainnya Di Lingkungan Kampus Universitas Riau Pekanbaru)”**.

### **Perumusan Masalah**

Adapun perumusan masalah penelitian adalah faktor apa sajakah yang menjadi pertimbangan dalam pemilihan lokasi bisnis dalam memenangkan persaingan pada usaha jasa fotocopy, penyiapan dokumen dan jasa khusus penunjang kantor lainnya di kawasan kampus Universitas Riau Pekanbaru?

### **Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor pertimbangan dalam pemilihan lokasi di lingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru.

#### **Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Manfaat Akademis
  - 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi di bahan

kepuustakaan untuk penelitian selanjutnya.

- 2) Diharapkan bagi penulis dapat menambahkan wawasan dan pengetahuan mengenai faktor pertimbangan pemilihan lokasi usaha serta usaha jasa fotocopy, penyiapan dokumen dan jasa penunjang kantor lainnya di lingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru.

#### b. Manfaat Praktis

Penelitian ini disajikan dapat memberikan informasi kepada pengusaha jasa fotocopy, penyiapan dokumen dan jasa khusus penunjang kantor lainnya di lingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru mengenai faktor pertimbangan dalam pemilihan lokasi usaha yang pada akhirnya menjadikan dalam meningkatkan penjualan mereka.

### **Tinjauan Pustaka**

#### **Strategi Pemasaran**

Menurut Kotler (2001), Strategi Pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan oleh unit bisnis untuk mencapai tujuan pemasarannya.

Sofyan Assauri (1994) juga menyebutkan bahwa strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan pedoman tentang kegiatan yang akan dilaksanakan dalam mencapai tujuan pemasaran.

#### **Lokasi Usaha**

*Marketing mix* (bauran pemasaran) adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yakni produk, struktur harga, kegiatan promosi dan tempat. Menurut Swastha (2002), Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relative untuk setiap jenis usaha yang berbeda.

Sedangkan menurut Lupiyoadi (2011), lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Berdasarkan pendapat tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud lokasi adalah suatu keputusan yang dibuat perusahaan untuk menentukan tempat usaha, aktivitas usaha atau kegiatan operasional. Pentingnya lokasi bagi perusahaan tergantung dari jenis dan derajat interaksi yang terlibat.

#### **Faktor-Faktor Pertimbangan dalam Pemilihan Lokasi Usaha**

Menurut Tjiptono (2007) pemilihan tempat atau lokasi usaha jasa memerlukan pertimbangan yang cermat, adapun faktor-faktor dalam pemilihan lokasi sebagai berikut :

- a) Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.

- b) Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- c) Lalu lintas (*traffic*), dimana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu :
  - Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan besar terjadinya *impulse buying*.
  - Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran, dan ambulans
- d) Tempat parkir yang luas dan aman.
- e) Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
- f) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan. Misalnya usaha fotocopy yang berdekatan dengan daerah kampus, sekolah, dan perkantoran.
- g) Persaingan, yaitu lokasi pesaing. Misalnya dalam menentukan lokasi fotocopy, perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah yang sama banyak pula terdapat fotocopy lainnya.
- h) Peraturan pemerintah, misalnya ketentuan yang melarang tempat reparasi (bengkel) kendaraan bermotor berdekatan dengan pemukiman penduduk.

Ada beberapa faktor yang mendominasi proses pemilihan dan

membatasi banyaknya lokasi yang dievaluasi. Berikut ini adalah sembilan faktor yang menurut Haksver et al (2000) dalam Ariani (2009) menentukan dan mempengaruhi pemilihan lokasi atau tempat memberikan pelayanan kepada pelanggan:

1. Pelanggan. Pelanggan menentukan kemana mereka akan mendapatkan pelayanan. Pelayanan lebih baik dibuatkan di lokasi yang dekat dengan pelanggan.
2. Biaya. Biaya operasi menjadi faktor penentu yang dominan dalam penilaian.
3. Pesaing. Beberapa bidang usaha justru memilih lokasi dekat dengan pesaing agar dapat mengobservasi, berbagai sumber daya, dan gambaran pelanggan di mata pesaing.
4. Sistem pendukung. Perusahaan juga memilih lokasi yang tersedia untuk lokasi yang sangat terganggu pada sistem pendukung.
5. Faktor geografi atau lingkungan. Kedua faktor tersebut dapat menjadi pendukung dan dapat penghambat dalam pemilihan lokasi.
6. Iklim bisnis. Faktor iklim bisnis merupakan faktor utama dalam pemilihan lokasi terutama dalam perusahaan asuransi ataupun institusi pendidikan.
7. Komunikasi. Perusahaan jasa khususnya dalam bidang pelayanan keuangan memerlukan komunikasi yang cepat dengan perusahaan lain. Oleh karena itu, pelayanan

keuangan seperti perbankan sangat terdukung bila ditempatkan di kota besar yang jaringan komunikasinya baik. Sistem telekomunikasi yang baik merupakan pengganti transportasi.

8. Transportasi. Bisnis melalui pos dan surat dan pelayanan penyampaian secara cepat cenderung membuat keputusan lokasi berdasarkan jaringan kerja transportasi yang baik.
9. Keinginan pribadi. Beberapa pihak yang terkait dalam pemilihan lokasi pasti mempunyai berbagai kepentingan yang bisa saling mendukung, tetapi juga bisa tumpang tindih. Oleh karena itu, perlu dilakukan pemisahan antara kepentingan masing-masing individu dan kepentingan organisasi.

### **Strategi dalam Memenangkan Persaingan**

Metode analisis tidak ada yang dapat dengan tepat menentukan lokasi suatu usaha jasa. Meskipun pemilik usaha telah berusaha menentukan lokasi usahanya dengan menggunakan metode semaksimal mungkin, namun permasalahan yang tidak terduga dapat datang secara tiba-tiba pada lokasi usaha yang telah dipilih, misalnya peraturan tempat usaha, ketersediaan air, pembuangan limbah, supply tenaga kerja, biaya transportasi, peraturan pajak, penerimaan masyarakat sekitar, dan lain sebagainya yang dapat mempengaruhi jalannya kegiatan bisnis.

Oleh karena itu, pemilihan lokasi usaha jasa sebaiknya memilih lokasi yang memiliki resiko lokasi yang paling kecil. Salah satu cara memilih lokasi usaha yang baik adalah dengan mengikuti proses pemilihan sistematis (Jean, 1987) yaitu:

- a) Mendefinisikan objek lokasi usaha.
- b) Mengidentifikasi kriteria pemilihan yang relevan.
- c) Menggunakan model lokasional (model biayaekonomi, analisis BEP, linear programming, analisis qualitative factor analysis)
- d) Mengumpulkan data lokasi yang akan dijadikan tempat usaha dan alternatif lokasi lain.
- e) Memilih lokasi yang memiliki pemenuhan kriteria paling banyak.

### **Metode Penelitian**

#### **1. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui instrument kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan melalui daftar pertanyaan pada setiap responden untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan sehingga penelitian penulis dapat lebih terstruktur.

#### **2. Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan salah satu cara yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel yang mempengaruhi variabel lain agar yang dikumpulkan tersebut dapat bermanfaat maka harus dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Analisis yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

a. Analisis Deskriptif

Analisis ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran deskriptif mengenai responden penelitian ini, khususnya mengenai variabel penelitian yang digunakan. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis indeks untuk menggambarkan persepsi responden atas item-item pertanyaan yang diajukan.

b. Analisis Kuantitatif

Metode analisis ini dilakukan terhadap data yang diperoleh dari hasil jawaban kuesioner dan digunakan untuk menganalisis data yang berbentuk angka-angka

### **GAMBARAN UMUM USAHA DI LINGKUNGAN KAMPUS UNIVERSITAS RIAU**

Bermula dari keinginan masyarakat dan pemerintah daerah Riau untuk memiliki Perguruan Tinggi Negeri. Keinginan ini diwujudkan dengan membentuk Panitia Persiapan Perguruan Tinggi Riau (P3TR) di Tanjung Pinang. Namun setelah ibukota Provinsi Riau pindah ke Pekanbaru, maka Panitia ini dipindahkan ke kota ini. Diantara pelopor pendirian itu ialah Kolonel Kaharuddin Nasution, Datuk Wan

Abdurrahman, Soesman Hs. dan Drs. Sutan Balia.

Dari usaha keras kepanitian itu dibentuklah Yayasan Universitas Riau, maka lahirlah perguruan tinggi ini yang kelak diberi nama Universitas Riau pada tanggal 25 September 1962, selanjutnya diperkuat dengan Surat Keputusan Menteri Perguruan Tinggi dan Ilmu Pengetahuan No.123 tanggal 20 September 1963 yang berlaku sejak 1 Oktober 1962. Pada saat itu universitas ini mempunyai dua fakultas, yaitu: Fakultas Ketataniagaan dan Ketatanegaraan dan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Pada 1963 Satu tahun berikutnya dibuka pula Fakultas Ekonomi dan Fakultas Ilmu Pasti dan Ilmu Alam. Kemudian pada tahun 1964 didirikan: Fakultas Perikanan, sehingga lengkaplah UNRI sebagai sebuah universitas dengan dua fakultas eksakta dan tiga non-eksakta.

Keberadaan kampus Universitas Riau ini menjadi daya tarik sendiri bagi pelaku usaha yang ingin mendirikan usahanya di sekitaran kampus. Karna hal ini tidak terlepas dari terciptanya pasar yang sangat potensial dari keberadaan kampus Universitas Riau itu sendiri. Keberadaan kampus Universitas Riau sangatlah strategis untuk membuka usaha di lingkungannya dan dapat dilihat dari banyaknya mahasiswa yang kuliah di kampus tersebut maka dengan sendirinya terciptanya lahan bisnis.

Lingkungan kampus Universitas Riau jalan Prof. Muchtar Lutfi, M,Ed. Panam, Pekanbaru. Dengan jumlah Usaha Jasa Fotocopy, Penyiapan Dokumen Dan



Jasa Khusus Penunjang Kantor Lainnya yang dikelompokkan menjadi 6 kriteria yang berdasarkan atas jalan masuk yang ada di lingkungan kampus Universitas Riau.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut :

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	46	83,33 %
2	Perempuan	9	16,36 %
Jumlah		55	100%

Sumber : Data Olahan, 2014

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa responden yang paling banyak adalah yang berjenis kelamin laki-laki, yaitu ada sebanyak 46 responden (83,33%) dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 9 responden (16,36%). Hasil ini menunjukkan bahwa pengusaha Fotocopy yang berada di lingkungan kampus Universitas Riau didominasi oleh laki-laki (93,33%).

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia

Karakteristik responden berdasarkan kelompok usia merupakan suatu pembagian tingkat kedewasaan maupun daya pikir dari

responden. Gambaran responden berdasarkan tingkat usia dalam penelitian ini dapat dikategorikan dalam berbagai kelompok yaitu seperti pada Tabel 3 berikut ini :

**Tabel 3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia**

No.	Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase
1	17 - 25 tahun	14	25,45%
2	26 - 34 tahun	23	41,82%
3	35 - 43 tahun	11	20%
4	Di atas 44 tahun	7	12,73%
Jumlah		55	100%

Sumber : Data Olahan, 2014

Dengan demikian, berdasarkan tabel 3 di atas dapat disimpulkan bahwa pada umumnya responden penelitian ini yang menjadi pengusaha Fotocopy di lingkungan kampus adalah berusia 26-34 tahun (41.82%).

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berikut ini merupakan karakteristik berdasarkan tingkat pendidikan dari 55 responden yang merupakan pengusaha Fotocopy di Lingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru yang diperoleh melalui kuesioner penelitian yang diberikan :

**Tabel 4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**



No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SD	-	0%
2	SMP	5	9.10%
3	SMA	36	65.45%
4	Lain-lain (D3, S1)	14	25.45%
Jumlah		30	100%

Sumber : Data Olahan, 2014

Berdasarkan Tabel 4 diatas dapat dijelaskan bahwa tingkat pendidikan 55 responden penelitian ini terdiri dari 5 responden (9.10%) yang berpendidikan SMP dan 36 responden (65.45%) yang berpendidikan SMA dan sisanya lagi adalah 14 responden (25.45%) yang berpendidikan D3 dan S1. Dengan demikian berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa pada umumnya para responden penelitian ini adalah berpendidikan SMA (66,67%).

### Karakteristik Berdasarkan Lama Usaha

Berapa lama responden dalam menjalankan usahanya perlu untuk diketahui, dikarenakan faktor pengalaman dalam berusaha tentu menjadi pertimbangan dalam perkembangan usahanya. Berikut hasilnya, yang dapat dilihat pada tabel 5:

**Tabel 5**  
**Karakteristik Responden**  
**Berdasarkan Lama Usaha**

No.	Lama Usaha	Frekuensi	Persentase
1	1 - 3 tahun	17	30.91%
2	4 - 6 tahun	15	27.27%
3	7 - 9 tahun	14	25.46%
4	Lebih dari 10 tahun	9	16.36%
Jumlah		55	100%

Sumber : Data Olahan, 2014

Berdasarkan tabel 5 terlihat lama responden dalam menjalankan usaha Fotocopy, usaha ini dimulai dari lama 1-3 tahun sebanyak 17 responden (30,91%), 4-6 tahun sebanyak 15 responden (27.27%), 7-9 tahun sebanyak 14 responden (25.46%) dan lebih dari 10 tahun sebanyak 9 responden (16,36%). Kesimpulannya pengusaha fotocopy sudah lama ada dikawasan kampus UNRI ini terlihat dari lama usaha pengusaha yang berkisar antara 1 sampai 9 tahun, dengan begitu berarti usaha ini bukan usaha yang tergolong baru lagi.

### Karakteristik Berdasarkan Jumlah Usaha

Untuk melihat perkembangan dari suatu usaha, kita dapat mengukurnya dengan banyaknya jumlah karyawan yang dimilikinya. Oleh sebab itu Peneliti juga mengelompokkan jumlah karyawan yang dimiliki oleh para pengusaha Fotocopy untuk melihat perkembangan dari usaha itu sendiri. Berikut ini merupakan karakteristik berdasarkan jumlah karyawan dari para pengusaha Fotocopy di Lingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru yang di dapat dari kuesioner penelitian yang diberikan:

**Tabel 6**  
**Karakteristik Responden**  
**Berdasarkan Jumlah Karyawan**

No.	Jumlah Karyawan	Frekuensi	Persentase
1	Tidak ada	24	43.64%
2	1 - 3 orang	23	41.82%
3	4 - 6 orang	7	12.73%
4	7 - 9 orang	1	1.82%
Jumlah		55	100%

Sumber: Data Olahan, 2014

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa kebanyakan setiap responden tidak mempunyai karyawan yaitu sebanyak 24 responden (43.64%), mempekerjakan 1-3 orang karyawan sebanyak 23 responden (41.82%), responden yang mempekerjakan sebanyak 4-6 orang yakni 7 responden (12.73%). Sedangkan responden yang mempekerjakan sebanyak 7-9 orang hanya 1 responden (1.82%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengusaha fotocopy di lingkungan kampus UNRI rata-rata tidak memiliki karyawan, hal ini disebabkan pengusaha melakukan usaha dengan sistem keluarga.

### **Tanggapan Responden Mengenai Faktor Pertimbangan Pemilihan Lokasi Usaha**

#### **1. Akses**

Akses merupakan kemudahan yang didapat konsumen dengan letak lokasi usaha dekat dengan sarana transportasi..

Pada tabel berikut ini dapat kita lihat tanggapan responden berdasarkan indikator akses pada usaha fotocopy :

**Tabel 7**  
**Tanggapan Responden Mengenai Faktor Pada Pertimbangan Pemilihan Lokasi Usaha Berdasarkan Indikator Akses**

No	Pernyataan	Kategori Jawaban					Total
		STP	TP	RR	P	SP	
1.	Lokasi usaha mudah dilalui konsumen	-	-	-	24 (43,64%)	31 (56,36%)	55 (100%)
2.	Lokasi usaha mudah diakses oleh sarana transportasi	-	-	1 (1,82%)	28 (50,91%)	26 (47,27%)	55 (100%)
Jumlah		-	-	1	52	57	-
Skor		-	-	3	208	285	496
Kriteria Penelitian Penting							

Sumber: Data Olahan, 2014

Dari tabel 7 dapat dilihat bahwa akses memiliki peranan yang sangat penting dalam penentuan pemilihan lokasi usaha fotocopy. Dalam indikator yang pertama lokasi usaha mudah dilalui konsumen, sebanyak 24 responden (43,64%) mengatakan penting dan 31 responden (56,36%) mengatakan sangat penting..

Tanggapan responden terhadap lokasi usaha mudah diakses oleh sarana transportasi sebanyak 1 responden (1,82%) mengatakan ragu-ragu, 28 responden (50,91%) mengatakan penting dan sebanyak 26 responden (47,27%) responden mengatakan sangat penting. Kemudahan dalam transportasi umum menjadi hal penunjang bagi konsumen untuk dapat menjangkau lokasi usaha.

Dari tanggapan responden secara keseluruhan, indikator akses dinilai penting bagi pengusaha dalam pertimbangan pemilihan lokasi usahanya.

## 2. Visibilitas

Visibilitas adalah keberadaan lokasi yang mudah dilihat dengan jelas pada jarak tertentu. Di dalam indikator visibilitas ini mempunyai 2 item pertanyaan yaitu lokasi usaha dapat dilihat dengan jelas pada jarak tertentu dan lokasi usaha berada pada tempat yang terbuka. Pada tabel berikut ini dapat kita lihat tanggapan responden berdasarkan indikator visibilitas pada usaha fotocopy:

**Tabel 8**  
**Tanggapan Responden Mengenai**  
**Faktor Pertimbangan Pemilihan**  
**Lokasi Usaha Berdasarkan**  
**Indikator Visibilitas**

No	Pernyataan	Kategori Jawaban					Total
		STP	TP	RR	P	SP	
1.	Lokasi usaha dapat dilihat dengan jelas pada jarak tertentu	-	-	4 (7,27%)	26 (47,27%)	25 (45,45%)	55 (100%)
2.	Lokasi usaha berada pada tempat yang terbuka	-	-	-	31 (56,36%)	24 (43,64%)	55 (100%)
Jumlah		-	-	4	57	49	-
Skor		-	-	12	228	245	485
Kriteria Penelitian Penting							

Sumber: Data Olahan, 2014

Dari tabel 8 dapat dilihat tanggapan responden terhadap indikator lokasi usaha dapat dilihat dengan jelas pada jarak tertentu yaitu sebanyak 4 responden (7,27%) mengatakan ragu-ragu, 26 responden (47,27%) mengatakan penting dan sebanyak 25 responden (45,45%) mengatakan sangat penting. Sedangkan tanggapan responden mengenai lokasi usaha berada pada tempat yang terbuka yaitu sebanyak 31 responden (56,36%) mengatakan penting dan 24 responden (43,64%) mengatakan sangat penting. Responden beranggapan lokasi usaha

yang terbuka maka akan banyak dilalui orang dan tentu saja orang juga mudah mengenali usahanya.

Dari tanggapan responden secara keseluruhan, indikator visibilitas dianggap penting dalam pemilihan lokasi usaha.

## 3. Lalu lintas (*traffic*)

Lalu lintas (*traffic*) yaitu lokasi yang sering atau banyak yang dilalui oleh orang yang lalu lalang atau kendaraan. Pada tabel berikut ini dapat kita lihat bagaimana tanggapan responden mengenai indikator lalu lintas (*traffic*) ini:

**Tabel 9**  
**Tanggapan Responden Mengenai**  
**Faktor Pertimbangan Pemilihan**  
**Lokasi Usaha Berdasarkan**  
**Indikator Lalu lintas (*traffic*)**

No	Pernyataan	Kategori Jawaban					Total
		STP	TP	RR	P	SP	
1.	Lokasi usaha banyak dilalui kendaraan	-	-	2 (3,64%)	26 (47,27%)	27 (49,09%)	55 (100%)
2.	Lokasi usaha banyak orang yang lalu lalang	-	-	1 (1,82%)	29 (52,73%)	25 (45,45%)	55 (100%)
Jumlah		-	-	3	55	52	-
Skor		-	-	9	220	260	489
Kriteria Penelitian Penting							

Sumber: Data Olahan, 2014

Dari tabel dapat dilihat tanggapan responden terhadap lokasi usaha banyak dilalui kendaraan yaitu sebanyak 2 responden (3,64%) mengatakan ragu-ragu, 26 responden (47,27%) mengatakan penting dan 27 responden (49,09%) mengatakan sangat penting. Artinya pengusaha sangat ingin jika lokasi usahanya dilalui oleh banyak kendaraan, sehingga kemungkinan konsumen untuk berhenti itu cukup besar. Tetapi ada dua responden yang

mengatakan ragu-ragu dikarenakan lokasi usaha yang banyak dilalui kendaraan biasanya mengalami kebisingan.

Selanjutnya tanggapan responden mengenai lokasi usaha banyak orang yang lalu lalang yaitu sebanyak 1 responden (1,82%) mengatakan ragu-ragu, 29 responden (52,73%) mengatakan penting dan 25 responden (45,45%) mengatakan sangat penting..

Jadi secara keseluruhan tanggapan responden mengenai indikator lalu lintas (*traffic*) dinilai penting dalam pertimbangan pemilihan lokasi usaha fotocopy. Pengusaha tentu harus menginginkan usahanya banyak didatangi oleh konsumen, salah satu caranya tentu saja bisa dengan melibatkan banyaknya kendaraan ataupun orang pejalan kaki yang lalu lalang didaerah lokasi usahanya, karna ini merupakan daya tarik bagi konsumen.

#### 4. Tempat Parkir

Tempat parkir menjadi hal yang cukup penting dalam pertimbangan pemilihan lokasi usaha dikarenakan konsumen ingin kendaraan yang dia gunakan diletakkan ditempat yang nyaman dan aman.

**Tabel 10**  
**Tanggapan Responden Mengenai**  
**Faktor Pertimbangan Pemilihan**  
**Lokasi Usaha Berdasarkan**  
**Indikator Tempat Parkir**

No	Pernyataan	Kategori Jawaban					Total
		STP	TP	RR	P	SP	
1.	Memiliki tempat parkir yang memadai	-	1 (1,82%)	7 (12,73%)	33 (60%)	14 (25,45%)	55 (100%)
2.	Memiliki tempat parkir yang aman	-	-	-	35 (63,64%)	20 (36,36%)	55 (100%)
Jumlah		-	1	7	68	34	-
Skor		-	2	21	272	170	465
Kriteria Penelitian Penting							

Sumber: Data Olahan, 2014

Dari tabel 10 dapat dilihat tanggapan responden mengenai pernyataan memiliki tempat parkir yang memadai sebanyak 1 responden (1,82%) mengatakan tidak penting, 7 responden (12,73%) mengatakan ragu-ragu, 33 responden (60%) mengatakan penting dan 14 responden (25,45%) mengatakan sangat penting.

Tanggapan responden mengenai memiliki tempat parkir yang aman yaitu sebanyak 35 responden (63,64%) mengatakan penting dan 20 responden (36,36%) mengatakan sangat penting. Karena disini tempat parkir yang aman akan menunjang kenyamanan tersendiri bagi konsumen untuk berbelanja.

Jadi secara keseluruhan tanggapan responden terhadap indikator tempat parkir dinilai penting.

#### 5. Lingkungan

Lingkungan merupakan nilai tambahan dalam menjalankan usaha karena disini pengusaha akan melihat target pasarnya siapa. Pada table berikut ini akan dijelaskan tanggapan responden mengenai indikator ini :

**Tabel 11**  
**Tanggapan Responden Mengenai**  
**Faktor Pertimbangan Pemilihan**  
**Lokasi Usaha Berdasarkan**  
**Indikator Lingkungan**

No	Pernyataan	Kategori Jawaban					Total
		STP	TP	RR	P	SP	
1.	Lokasi usaha dekat dengan kampus UR Pekanbaru	-	3 (5,45%)	3 (5,45%)	34 (61,82%)	15 (27,27%)	55 (100%)
2.	Lokasi usaha dekat dengan tempat tinggal mahasiswa	-	5 (9,10%)	3 (5,45%)	32 (58,18%)	15 (27,27%)	55 (100%)
Jumlah		-	8	6	66	30	-
Skor		-	16	18	264	150	448
Kriteria Penelitian Penting							

Sumber: Data Olahan, 2014

Dari tabel dapat dilihat tanggapan responden tentang lokasi usaha dekat dengan kampus Universitas Riau Pekanbaru yaitu sebanyak 3 responden (5,45%) mengatakan tidak penting, 3 responden (5,45%) mengatakan ragu-ragu, 34 responden (61,82%) mengatakan penting dan 15 responden (27,27%) mengatakan sangat penting

Tanggapan responden mengenai lokasi usaha dekat dengan tempat tinggal mahasiswa yaitu sebanyak 5 responden (9,10%) mengatakan tidak penting, 3 responden (5,45%) mengatakan ragu-ragu, 32 responden (58,18%) mengatakan penting dan 15 responden (27,27%) mengatakan penting..

Jadi secara keseluruhan tanggapan responden mengenai indikator lingkungan dianggap penting bagi usaha fotocopy. Hal ini karena banyaknya responden yang berfikir target pasar mereka adalah kalangan mahasiswa, sehingga mereka harus membuat lokasi usaha sedekat mungkin dengan kampus

ataupun dengan tempat tinggal mahasiswa.

## 6. Persaingan

Persaingan disini bagaimana pengusaha memiliki nilai unggul dibandingkan usaha yang lain dengan target pasar yang sama. Dari tabel dibawah ini akan dijelaskan tanggapan responden mengenai indikator persaingan:

**Tabel 12**  
**Tanggapan Responden Mengenai**  
**Faktor Pertimbangan Pemilihan**  
**Lokasi Usaha Berdasarkan**  
**Indikator Persaingan**

No	Pernyataan	Kategori Jawaban					Total
		STP	TP	RR	P	SP	
1.	Kedekatan lokasi usaha Fotocopy dengan pesaing	2 (3,64%)	3 (5,45%)	8 (14,55%)	28 (50,91%)	14 (25,45%)	55 (100%)
2.	Lokasi usaha Fotocopy memiliki target pasar yang sama	-	5 (9,09%)	4 (7,27%)	29 (52,73%)	17 (30,91%)	55 (100%)
Jumlah		2	8	12	57	31	-
Skor		2	20	36	228	155	441
Kriteria Penelitian Penting							

Sumber: Data Olahan, 2014

Dari tabel 12 dapat dilihat tanggapan responden terhadap pernyataan kedekatan lokasi usaha fotocopy dengan pesaing sebanyak 2 responden (3,64%) mengatakan sangat tidak penting, 3 responden (5,45%) mengatakan tidak penting, 8 responden (14,55%) mengatakan ragu-ragu, 28 responden (50,91%) mengatakan penting dan 14 responden (25,45%) mengatakan sangat penting..

No	Indikator Pertimbangan Pemilihan Lokasi Usaha	Skor	Kategori	Rangking
1	Akses	496	Penting	1
2	Visibilitas	485	Penting	3
3	Lalu lintas ( <i>traffic</i> )	489	Penting	2
4	Tempat parkir	465	Penting	4
5	Lingkungan	448	Penting	5
6	Persaingan	441	Penting	6
<b>Jumlah</b>		<b>2824</b>	<b>Penting</b>	

**Sumber: Data Olahan, 2014**

Sedangkan tanggapan responden terhadap lokasi usaha fotocopy memiliki target pasar yang sama yaitu sebanyak 5 responden (9,09%) mengatakan tidak setuju, 4 responden (7,27%) mengatakan ragu-ragu, 29 responden (52,73%) mengatakan penting dan 17 responden (30,91%) mengatakan sangat penting..

Dari tanggapan responden secara keseluruhan mengenai indikator persaingan dinilai penting dalam menentukan lokasi usaha. Artinya responden atau pengusaha beranggapan pesaing tidak hanya sebagai musuh tetapi bisa menjadi sebagai motivasi diri untuk memberikan kepuasan konsumen yang lebih baik dari sebelumnya.

Selanjutnya dapat dilihat rekapitulasi atas pertimbangan pemilihan lokasi usaha di lingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru, sebagai berikut:

**Tabel 13**  
**Rekapitulasi Pertimbangan**  
**Pemilihan Lokasi Usaha di**  
**Lingkungan Kampus**  
**Universitas Riau Pekanbaru**

Pada tabel di atas dapat dilihat rekapitulasi tanggapan responden mengenai faktor pertimbangan pemilihan lokasi usaha merupakan kategori Penting. Artinya, secara umum responden telah mempertimbangkan pemilihan lokasi usaha secara matang sebelum mendirikan usahanya. Responden bisa dikatakan sudah memahami arti pentingnya dalam pertimbangan pemilihan lokasi usaha, karena pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu faktor penting bagi pengusaha dalam perkembangan dan kelangsungan hidup usahanya.

Selanjutnya, yang harus dilakukan pengusaha jasa fotocopy, penyiapan dokumen dan jasa khusus penunjang kantor lainnya di lingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru ini adalah bagaimana pengusaha dapat memaksimalkan potensi yang ada, dari lokasi usaha yang telah dipilih. Karena dari tabel 13 di atas, skor terendah adalah indikator persaingan tentang kedekatan dengan pesaing dan memiliki target pasar yang sama. Padahal, apabila pengusaha bisa



memenangkan persaingan ini maka konsumen akan berdatangan ke lokasi usaha dan akan menjadi pelanggan. Oleh sebab itu, pengusaha harus bisa memberikan pelayanan yang terbaik dalam berinteraksi kepada konsumennya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### a. Kesimpulan

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan kepada pengusaha jasa fotocopy, penyiapan dokumen dan jasa khusus penunjang kantor lainnya di lingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru pada faktor akses, visibilitas, lalu lintas (traffic), tempat parkir, lingkungan dan persaingan bernilai penting. Bisa dikatakan pengusaha memilih lokasi usahanya dengan pertimbangan yang baik.
2. Indikator persaingan merupakan skor terendah dari indikator pemilihan lokasi usaha lainnya, sehingga pengusaha harus memberikan perhatian lebih mengenai kedekatan pesaing dan memiliki target pasar yang sama agar perkembangan usaha tidak mengalami kemunduran.

### b. Saran

Penelitian mencoba memberikan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran bagi pengusaha fotocopy dimasa yang akan datang, sehingga saran peneliti bagi pihak pengusaha fotocopy di

lingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru dapat menjadikannya sebuah acuan dalam pertimbangan pemilihan lokasi bisnis.

1. Sebelum membuka usaha, ada baiknya melakukan pertimbangan pemilihan lokasi bisnis terlebih dahulu dengan tujuan meminimalisir resiko yang sewaktu-waktu akan terjadi. Oleh sebab itu, pemilihan lokasi tidak dilakukan dengan hanya untuk mendapatkan keuntungan yang jangka pendek.
2. Dengan lokasi yang strategis, pengusaha harus mampu memanfaatkan potensi pasar yang ada, dengan disertai pelayanan baik sehingga konsumen datang kembali.
3. Pada penelitian berikutnya dengan topik yang sama dapat dilakukan penelitian dengan mengganti objek penelitian dan penambahan variabel

## Daftar Pustaka

- Ahyari, Agus. 1992. *Manajemen Produksi, Perencanaan Sistem Produksi*. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE
- Alcacer, Juan. 2003. Location choices across the value chain: *How activity and capability influence agglomeration and competition effects*. New York: Stern School of Business New York University.
- Ariani, Wahyu Dorothea. 2009. *Manajemen Operasi Jasa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.



- Cooper, Donald R dan Emory, C. William. 1996. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga
- Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. 2007. *Pedoman Penulisan dan Prosedur Ujian Skripsi FISIP UNRI*. Pekanbaru: Unri Press
- Handoko, T. Hani, 2000, *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi I, Yogyakarta, BPFE Yogyakarta
- Harding, H. A. 1978. *Manajemen Produksi*. Jakarta : Balai Aksara.
- Herjanto, Eddy. 2008. *Manajemen Operasi*. Edisi Ketiga. Jakarta: Grasindo
- Hidayat, Relon Taufik. 2013. *Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Volume Penjualan*. Skripsi tidak dipublikasikan. Pekanbaru: Universitas Riau.
- Jean, Monks. 1987. *Production/Operations Manangement Ed. 8. USA*
- Maslahah, Ety. 2007. *Analisis Lokasi Usaha Terhadap Penjualan*. Malang. Universitas Islam Negeri Malang.
- Peraturan Kepala Badan Statistik Nomor 57 Tahun 2009 tentang Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia
- Pratiwi, Azizah. 2010. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa (Studi Pada Usaha Jasa Mikro-Kecil di Sekitar Kampus UNDIP Pleburan*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Schmenner, Roger W. 1994. *Service Firm Location Decisions: Some Midwestern Evidence*. International Journal of Service Industry Manangement, Vol 5. No.3, 1994. Pp. 35-36. © MCB University Press. 0956-4233
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. ALFABET
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Pemasaran jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Ariani, Wahyu Dorothea. 2009. *Manajemen Operasi Jasa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, dan A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Swantha dan Irawan. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Raya Grafindo
- Manullang. 1991. *Manajemen Personalia*. Medan: Ghalia Indonesia
- Sriyadi.1991. *Bisnis, Pengantar Ilmu Ekonomi Perusahaan Modern*. Semarang : IKIP Semarang Press.